

ского. – Харьков: Основа, 1991. – 96 с.

6. Стратегія соціально-економічного розвитку Харківської області на період до 2011 року / За заг. ред. Є.П.Кушнарєва. – Харків: Видавничий Дім “Інжек”, 2004. – 448 с.

7. Верба В.А., Новікова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. – 2003. – №3. – С.22 - 31.

8. Інноваційна стратегія українських реформ / А.Гальчинський, В.Гесць, А.Кінах, В.Семиноженко. – К.: Знання України. – 2002. – 336 с.

Отримано 01.09.2005

УДК 658.012.45

А.И.ПУШКАРЬ, д-р экон. наук, Е.В.ПОНОМАРЕНКО

Харьковский национальный экономический университет

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Синтезируется подход к разработке механизмов формирования информационных ресурсов предприятия, предложена классификация этих механизмов, выполнен анализ отдельных механизмов, которые относятся к разным классификационным группам.

На современном этапе развития экономической науки, связанном со становлением информационной экономики, пристальное внимание исследователей привлекает категория "информационные ресурсы", находящая свое отражение во многих научных исследованиях. Данное направление связано с исследованием и разработкой методов, моделей, механизмов эффективного использования и развития такого ресурса предприятия. Многочисленные исследования показывают, что информационный ресурс (ИР) играет большую роль в развитии предприятий. В общей структуре процессов развития информационных ресурсов важное место занимают механизмы формирования информационных ресурсов предприятия.

В работах [1-3, 5, 8] заложена основа для разработки конкретных механизмов формирующих информационные ресурсы. Однако до настоящего времени в публикациях не приводятся подходы к разработке механизмов формирования ИР, базирующихся на концепции развития ИР, не приведены классификации таких механизмов. Исходя из этого, целью данной статьи является синтез подхода к разработке механизмов формирования информационного ресурса, классификация этих механизмов, а также анализ отдельных механизмов находящихся в разных классификационных группах.

Задача синтеза механизмов формирования информационных ресурсов предприятия в условиях информационной экономики решается в рамках приоритетного научно-технического направления в Украине

«Новые компьютерные средства и технологии информатизации общества».

Взаимосвязь механизмов формирования информационных ресурсов предприятия с другими элементами стратегического развития предприятия представлена на рис.1.

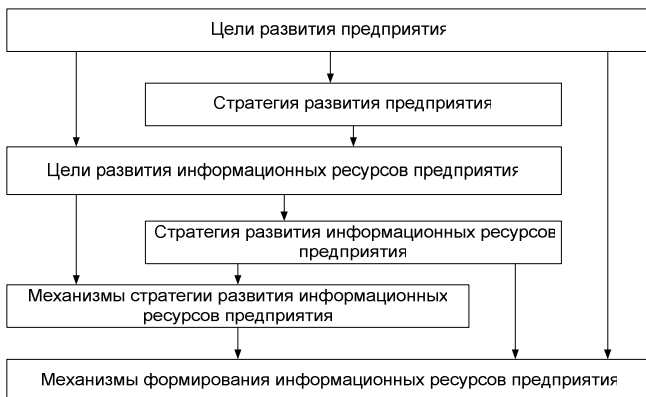


Рис.1 – Структура элементов управления стратегическим развитием предприятия

В экономической литературе существуют различные подходы к трактовке понятия механизма. Например, в [9, с.122] указывается, что в большинстве приложений механизм трактуется как "внутреннее устройство, система чего-либо, а также совокупность состояний и процессов, из которых складывается какое-либо явление". В работе Н.И.Иванова [4] механизм определяется как структура, которая состоит из элементов, включающих различные звенья.

Под механизмом формирования информационных ресурсов предприятия будем понимать совокупность субъекта (системы менеджмента предприятия), осуществляющего с использованием заданной совокупности методов и приемов воздействие на объект через формирование модулей информационных ресурсов. В качестве объекта выступает субъект экономической деятельности, находящийся в сфере интересов предприятия. Качество воздействия в механизме оценивается по результату, наблюдаемому субъектом. Под воздействием ИР субъект экономической деятельности переходит с некоторой вероятностью P из состояния $S1$ в состояние $S2$ (рис.2).

Решение проблемы формирования стратегии развития предприятия связано с решением ряда задач, направленных на создание и эффективное использование механизмов формирования информаци-

ных ресурсов:

- создание общих методик построения механизмов формирования информационных ресурсов, разработка классификаторов и рекомендаций по их применению;
- разработка методик анализа влияния каждого из звеньев механизма формирования информационных ресурсов на функционирование его элементов и установление их влияния на эффективность механизма в целом;
- синтез структур механизмов формирования информационных ресурсов для конкретных типов предприятий;
- анализ влияния звеньев на функционирование элементов и эффективность механизма в целом для конкретных типов предприятий и видов электронного бизнеса.



Рис.2 – Структура механизма формирования информационных ресурсов

Информационный ресурс в зависимости от процесса, в котором он принимает участие, может быть стандартным (сопровождает хорошо регламентированные в чем-то рутинные, уже сложившиеся схемы взаимодействия) и специфическим – направленным на активизацию и поддержку процессов развития.

Рассматривая ИР как специфический ресурс, будем полагать, что он участвует в воспроизводственном процессе как своеобразный "катализатор" привлечения на предприятие других видов ресурсов и их эффективного использования. На основе этой гипотезы может

быть развит подход к построению и реализации механизмов формирования информационных ресурсов предприятия.

Общая идея такого подхода состоит в следующем. Вводится в рассмотрение четыре категории: информационные ресурсы предприятия, субъекты экономической деятельности, объекты внутренней и внешней среды предприятия. Составляющие этого категориального базиса находятся в определенном взаимодействии (рис.3), которое отвечает принятому определению механизма формирования информационных ресурсов предприятия.



Рис.3 – Структура составляющих категориального базиса подхода к построению механизмов формирования ИР предприятия

1. Информационный ресурс предназначен для воздействия на экономических агентов с целью активизации их поведенческой активности в требуемом направлении или принятия решения. В качестве таких агентов выступают: внутри предприятия – персонал, во внешней среде – потребители, партнеры по бизнесу, поставщики ресурсов, конкуренты, агенты рыночной среды, обеспечивающие услуги (банковские услуги, страхование и т.п.), органы власти.

2. В качестве видов формируемой поведенческой активности выступают: формирование структур, мотивация к деятельности, выбор варианта поведения, принятие управленческого решения, формирование ценностных установок и целевых ориентаций, выбор варианта конструкторского или технологического решения.

3. Через субъекты, на которые осуществляется воздействие информационного ресурса, предприятие получает доступ к обобщенным ресурсам внешней среды или улучшает использование ресурсов

в различных процессах внутренней среды предприятия. В качестве обобщенных ресурсов внешней среды будем выделять финансовые ресурсы (в том числе инвестиции), материальные ресурсы, нововведения и ноу-хау, рынки сбыта, условия функционирования и развития.

Объектами внутренней среды предприятия, улучшающими использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов за счет привлечения информационных ресурсов, являются: бизнес-процессы, технологические процессы, процессы принятия решений, инновационные процессы.

4. Результат восприятия ИР субъектами экономической деятельности носит не безусловный, а вероятностный характер. Результативность конкретного модуля информационных ресурсов зависит как от его содержания, так и от механизма формирования ИР.

Особенностью данного подхода является то, что он позволяет с единых позиций подойти к построению механизмов формирования информационных ресурсов во всех сферах деятельности предприятия, где необходимо работать с данными, информацией и знаниями.

Сложность структуры механизмов формирования информационных ресурсов, процессов их создания и реализации требует тщательного согласования всех компонентов механизмов. Это требует решения задачи классификации механизмов формирования информационных ресурсов предприятия и построения соответствующих классификаторов. Назначение разрабатываемой классификации состоит в построении на ее основе рекомендаций и методики применения механизмов формирования информационных ресурсов предприятия, также повышение эффективности разработки механизмов как инноваций в сфере управления знаниями на предприятии. Обобщение предлагаемых нами способов классификации механизмов формирования информационных ресурсов предприятия по различным классификационным основаниям приведено в табл.1, 2.

Рассмотрим кратко основные сложившиеся на сегодня механизмы и инструменты формирования информационных ресурсов предприятия из различных классификационных групп.

Группа механизмов формирования ИР на основе анализа данных. Механизмы формирования ИР на основе анализа данных осуществляемого менеджерами предприятия самостоятельно. В этом случае используются такие инструменты как таблицы, многомерный анализ данных, диаграммы и гистограммы. В этом случае максимально используются знания эксперта в предметной области и способность менеджеров принимать во внимание многие трудно формализуемые фак-

торы, влияющие на бизнес.

Большую группу механизмов формирования ИР предприятия составляют интенсивно развивающиеся системы обнаружения знаний в базах (хранилищах) данных – KDD (Knowledge discovery in databases) [5]. Данные системы реализуют подход к формированию ИР на основе анализа данных в информационных системах путем построения моделей, которые имитируют бизнес-процессы (поведение клиентов, изменение объемов продаж товара, отнесение товара к какой-либо группе, сегментирование и построение профилей покупателей, ассоциации совместно приобретаемых товаров). Получаемые модели (классификации, кластеризации, регрессии, ассоциации, модели закономерностей между связанными во времени событиями, нейронные сети, деревья решений, самоорганизующиеся карты, очистка данных – редактирование аномалий, спектральный анализ, трансформация данных – преобразование дат, скользящее окно, дискретизация) используются либо непосредственно как результат аналитического процесса, либо для принятия решений.

Таблица 1 – Классификация механизмов формирования ИР

| Признаки классификации | Виды механизмов формирования информационных ресурсов |
|---|---|
| Характер ИР, формируемого механизмом | Механизмы формирования ИР, представленных в виде информации в информационных системах управления (ИР1); Механизмы формирования ИР как знаний и опыта деятельности персонала предприятия (ИР2); Механизмы формирования ИР у партнеров, потребителей и других контрагентов предприятия во внешней среде о предприятии (ИР3) |
| Аспект развития ИР | Механизмы изменения состава, количества, качества, структуры и способа использования ИР |
| Уровень использования механизма | Механизмы для подразделения предприятия. Механизмы для предприятия в целом. Механизмы для стратегических альянсов предприятий |
| Глубина временного горизонта | Механизмы формирования ИР краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного использования |
| Направление воздействия | Механизмы, направленные на внешние организации (внешнюю среду) и механизмы, направленные внутрь предприятия |
| Степень универсальности механизма формирования ИР | Механизмы, привязанные к конкретным процессам, проектам или контрактам, не зависящие от конкретного содержания процессов, проектов или контрактов |
| По направлению использования ИР | Механизмы, формирующие ИР для менеджеров; механизмы, формирующие ИР для специалистов; механизмы, формирующие партнеров предприятия; механизмы, формирующие ИР для потребителей |
| По характеру потребности в ИР | Механизмы, ориентированные на существующую потребность. Механизмы, ориентированные на новую потребность |

Таблица 2 – Классификационные признаки механизмов формирования ИР на основе составляющих и характеристик механизма и объектов среды функционирования

| Признаки классификации | Разновидности составляющих и характеристик механизма и объектов среды функционирования |
|--|--|
| Потребитель ИР (объект механизма) | Покупатель, поставщик ресурсов, партнер по бизнесу, конкурент, кредитор, фискальный орган, органы власти, персонал предприятия |
| Результаты воздействия механизма формирования ИР | Объекты внутренней среды, объекты внешней среды предприятия |
| Источники данных, информации, знаний | Базы и хранилища данных, базы знаний, информационные потоки на предприятии, инновационные проекты, программы развития предприятия, программы обучения и переподготовки персонала, конкурентная разведка, мнения покупателей, экспертные опросы. |
| Методы и приемы воздействия (характер воздействия на субъектов экономической деятельности) | Формирование структур, мотивация к деятельности, выбор варианта поведения, поддержка принятия управленческого решения, формирование ценностных установок и целевых ориентаций, выбор варианта конструкторского или технологического решения |
| Методы и приемы формирования | Мобильные агенты в сети Интернет, информационные технологии, анализ данных, каналы коммуникации, консалтинговые услуги, модели интеграции систем электронной коммерции, система дистанционного обучения, обучение и переподготовка персонала, формирование ИР процессами электронного бизнеса. |
| Степень открытости ИР, формируемого механизмом | Открытые ИР, ИР с распределением прав доступа, конфиденциальные ИР |
| Характер целей достигаемых посредством механизма формирования ИР | Общие (глобальные) цели стратегии, тактические цели, оперативные цели |
| Степень новизны ИР, формируемого механизмом | Улучшенный ИР. Существующий ИР. Совершенно новый ИР |
| Функциональное назначение и использование ИР, формируемого механизмом | Технические функции. Технологические функции. Организационно-управленческие функции. Информационные функции. Социальные функции |
| По способу доставки ИР | Мобильный Интернет, получение информации из Интернета по WAP-протоколу через сотовую сеть оператора, IP- и тег-коммутиация, пейджинговая технология, SMART- и GPRS-технологии, IP-телефония, Web-технология, E-mail, VP- Streaming |
| Виды рисков связанных с реализацией механизма | Финансовые, интеллектуальные, имущественные, информационные, коммерческие риски |
| Компоненты информационной и технической структуры, которые использует механизм | Компьютерная техника; информационно-телекоммуникационные системы, системы телевидения; радиовещание; полиграфическая техника; проекционная аппаратура; каналы связи |

В этих механизмах важно активное участие менеджеров как экс-

пертов для выдвижения гипотез и отбора факторов, влияющих на анализируемый процесс. Данные для такой работы должны быть уже собраны и консолидированы. Системы KDD функционируют, как правило, совместно с Warehouse – многомерными хранилищами данных, аккумулирующими всю необходимую для анализа предметной области информацию.

Методы KDD более требовательны к качеству данных, знаниям эксперта и формализации самого изучаемого процесса. Особенный интерес представляют случаи, не укладывающиеся в построенные модели. В связи с этим можно говорить еще об одном механизме формирования информационных ресурсов – обнаружении необычных данных (например, высокое число заявок на выплату компенсаций в случае аварии, сравнительно высокие цены при распродажах, или необычные сочетания вмешательств в наблюдаемые бизнес-процессы). Системы поиска и обнаружение необычных данных могут фиксировать: необычное значение, встретившееся только однажды; значение, оказывающееся необычным, при анализе его в совокупности со значениями в некоторой группе; необычные сочетания значений, которые каждое в отдельности сами по себе считаются находящимися в норме.

Механизмы на основе компьютерных мобильных агентов. Механизмы этого класса базируются на программных агентах, способных действовать автономным образом (принимать решения и выполнять действия) без непосредственного участия создателя. Перемещаясь по локальным и глобальным компьютерным сетям, мобильные программные агенты самостоятельно осуществляют отбор требуемых пользователю информационных ресурсов, обеспечивая возможность достижения высокого уровня их персонификации и индивидуализации. Такие механизмы позволяют повышать показатели качества работы с информационными ресурсами: оперативность, гибкость, удобство, устранение избыточности.

Механизмы на основе моделей интеграции. Ряд механизмов формирования ИР может быть построен на основе моделей интеграции [10].

- Механизм формирования ИР на основе модели Интернета. Система внутренних коммуникаций для формирования требуемых ИР в заданных бизнес-процессах предприятия создается на основе Интернета.
- Механизм формирования ИР на основе модели визитной карточки. С помощью электронной почты, процедуры опознавания, процедуры подписки на web-сервере формируется ИР в среде предприятия на основе осуществления обратной связи с потребителем.

- Механизм формирования ИР на основе модели электронного заказа. Клиентам предоставляется доступ к ИР путем привлечения их к работе непосредственно в информационной системе. Обратная связь с потребителем осуществляется через систему электронного заказа.
- Механизм формирования ИР на основе модели полной автоматизации. Данные механизмы создаются на основе механизмов модели электронного заказа дополненные собственными электронными магазинами.
- Механизм формирования ИР на основе модели аутсорсинга предусматривает передачу бизнес-партнерам выполнения отдельных бизнес-процессов и возвращение ИР как результата выполнения этих бизнес-процессов.

Механизмы формирования ИР процессами электронного бизнеса.

Эти механизмы строятся на основе технологических операций процессов электронного бизнеса. Сама технологическая операция уже содержит в себе методы и приемы формирования информационного ресурса. Задача разработки механизмов такого рода состоит в выделении модулей ИР, организации их взаимодействия с требуемым потребителем ИР и выбора методов и приемов воздействия. Ниже приведены основные механизмы такого вида.

- Динамическое генерирование электронного каталога на основе БД компании (ИР для потребителя); получение информации о заказах (ИР от потребителя).

- Обмен информацией между заказчиками и Интернет-компанией.

- Персонализированный доступ к корпоративным данным и приложениям.

- Формирование ИР на основе обеспечения бизнес-процессов учета, контроля и распределения продукции (автоматизация «бэк-офиса»).

- Объединение информационных баз сообществ посредников для автоматического формирования и контроля выполнения контрактов, создания интеграционной системы логистики.

- Передача впечатления потребителям как ИР, способного привлечь внимание к товару.

- Консалтинговые услуги, формирующие ИР как стратегическое прогнозирование коммерческой деятельности предприятия.

- Создание образа продукта/услуги и поддержание имиджа.

- Мобильный/беспроводный доступ к данным.

- Создание динамической среды обмена информацией и совершения сделок в реальном режиме времени путем интегрирования финан-

совых систем предприятий.

- Преобразование информационных ресурсов и их перемещение на первые роли за счет распространения.

- Формирование ИР на основе построения персональных отношений с клиентами и моделей ведения деловых контактов.

- Групповые приложения для мобильных устройств, встроенные в общую информационную базу предприятия.

Механизмы формирования ИР на основе информационных технологий. В эту группу механизмов могут быть отнесены механизмы формирования ИР на основе:

- технологии сканирования;
- электронного перевода;
- технологии поиска документов;
- технологии мультимедиа;
- презентационных технологий;
- OLE-технологии;
- технологии БД;
- технологии искусственного интеллекта;
- технологии нейронные сетей;
- IP-телефонии и тег-коммутации;
- GPRS-технологии;

- MMS-сервис (Multimedia Messaging Service – сервис мультимедийных сообщений) – передача мультимедийных сообщений. К MMS-сообщениям можно присоединять медиа-файлы, содержащие информацию различных типов и форматов;

- передача информационных сообщений на основе SMS, EMS, MMS сервисов, при которой осуществляется двусторонний обмен информацией между мобильными телефонами через сотовую сеть оператора;

- дистанционное обучение.

Ряд механизмов порождает приемы финансовой инженерии [6], а также компьютерные технологии банковских бизнес-процессов (табл.3).

Механизмы формирования информационных ресурсов для поддержки принятия решений должны позволять формировать информацию и знания, циркулирующие как внутри предприятия, так и за его пределами. Основными требованиями к механизмам этого класса являются:

- формирование ИР для СППР, путем извлечения информации и знаний из многоуровневой системы информационных потоков предприятия;

- возможность формирования из одного и того же массива данных в результате систематизации различные по своей структуре информационные потоки для различных менеджеров и специалистов;
- быть ориентированными на коммуникационно-информационную структуру механизмов принятия решений и учитывать базовые ролевые действия процесса подготовки и принятия решения;
- поддерживать движение потоков знаний от хранилищ данных через системы KDD к соответствующим системам СППР.

Таблица 3 – Информационные ресурсы, порождаемые компьютерными технологиями банковских бизнес-процессов

| Компьютерная технология банковских бизнес-процессов | Вид информационных ресурсов |
|--|--|
| Телебанкинг | Справочная информация по счетам. Платежи, изменения состояния |
| GSM-банкинг | Справочная информация по счетам |
| "Клиент-банк" | Информация для обмена между клиентами и банком |
| Интернет-банкинг | Информация по всем функциональным возможностям клиент-банк, предоставляемая через Интернет |
| Электронные и виртуальные карточки для расчета в Интернет | Информация, связанная с ограниченным управлением счетом. Справочная информация по счету |
| Электронный банкинг для держателей карточек | Справочная информация по счету. Информация, связанная с полным управлением счетом |

Информационная экономика располагает сегодня богатым арсеналом коммуникационно-информационных технологий, которые могут обеспечивать доставку и обмен информационными ресурсами. К таким коммутационным технологиям, включаемым в структуру механизмов, можно отнести:

- электронную почту;
- передачу документов с использованием факс-модема ПЭВМ;
- мобильный офис (объединение возможностей компьютера, мобильного телефона, сотовой связи и Интернет);
- системы поддержка групповой работы (grup-wear);
- видеоконференции (видеотелефон из компьютера);
- системы поддержки коллективного принятия решений;
- Internet-реклама;
- Web-сайты и Web-страницы компаний и специалистов;
- объединение баз данных и информационных систем предприятий-партнеров на основе Extranet;
- компьютерные агенты;
- компьютерные издательские системы;
- технологии электронных мультимедийных изданий.

Программы переподготовки персонала. Этот специфический вид механизмов предназначен для формирования информационных ресурсов ИР2 (знания и опыт деятельности персонала предприятия). В корпоративных центрах подготовки, как правило, используется два вида программ подготовки – переподготовка менеджеров и обучение рабочих.

Программы переподготовки и повышения квалификации менеджеров и специалистов предприятий ориентированы на различные направления и формы реализации [7]: освоение вводных программ для выпускников учебных заведений; подготовка сотрудников из числа ИТР и научных работников корпорации к руководящим должностям; переподготовка (повышение квалификации) уже работающих менеджеров. Формы реализации определяют длительность и место формирования новых знаний, умений и навыков: краткосрочное обучение; длительное периодическое обучение с отрывом от работы; длительное периодическое обучение без отрыва от работы; обучение в производственно-экономических семинарах; стажировка на ведущих предприятиях и в научных организациях; обучение в целевой аспирантуре; переподготовка для получения новой специальности.

Соответственно, для различных категорий рабочих используются следующие виды профессиональной подготовки [7]: подготовка новых рабочих; переподготовка (переобучение) рабочих; обучение вторым (смежным) профессиям; повышение квалификации на производственно-экономических курсах; повышение квалификации на курсах целевого назначения.

Все программы направлены на изменение количества, состава, качества, структуры и способа использования ИР работниками предприятия.

Рассматривая процессы переподготовки и повышения квалификации персонала с позиций динамики информационных ресурсов персонала, становится очевидным, что разработка программ подготовки персонала должна учитывать специфические аспекты стратегии развития информационных ресурсов. Например, при разработке и дальнейшей реализации стратегии развития ИР использован принцип сопряженности, который дает возможность доступа работнику к информационным ресурсам, используемым в сопряженных бизнес-процессах (предшествующего и последующего бизнес-процессов). Но для поведения работника в рамках самоорганизации необходимо понимание сути предшествующего и последующего бизнес-процессов, что и следует учитывать при разработке программ переподготовки и повышения квалификации.

Таким образом, к данной группе относятся следующие механизмы:

- обучение, повышение квалификации персонала общего плана;
- тренинги принятия проектных и управленческих решений;
- реализация новых проектов, инноваций, бизнес-процессов;
- принятие решений менеджерами предприятия;
- получение персоналом конкретных знаний о предприятии из информационных процессов (законы, закономерности, тенденции, факторы, полученные на основе интеллектуального анализа данных).

Механизмы формирования информационных ресурсов для потребителей партнеров, поставщиков ресурсов, строятся на широком спектре методов и приемов, разрабатываемых в рамках маркетинга и PR. К механизмам формирования информационных ресурсов для агентов внешней среды могут быть отнесены различные виды рекламной деятельности (в том числе в Интернете), бизнес-форумы, выставки, специальные схемы взаимодействия с покупателями при продажах, послепродажное обслуживание, формирование технологических цепочек (кластеров) предприятий, принятие решений потребителями.

Самостоятельную группу механизмов формирования информационных ресурсов могут составить механизмы, построенные на основе использования концепции агентов влияния [8], которые являются своеобразными представителями предприятия в различных внешних структурах, не принадлежащих предприятию организационно и функционально непосредственно.

Использование принятого подхода позволяет с единых позиций подойти к управлению совершенно разнородными по своей природе процессами: формирование и использование баз данных и знаний в информационных системах предприятия, реализация программ обучения и переподготовки персонала, проведение рекламных кампаний, проведение акций public relations по формированию имиджа предприятия. Все это направлено на формирование целостного информационного пространства предприятия.

Исходя из таких позиций, можно ставить и решать задачу согласованного развития различных фрагментов единого информационного пространства предприятия. Избыточный информационный ресурс может оказаться не только излишним, но и привести к потере другого определенного ресурса. Например, переобучение персонала, приводящее к резкому повышению квалификации работников, без своевременного обеспечения новых видов деятельности, мотивации и стимулирования может привести к уходу данных работников из предпри-

ятия. Необеспеченная соответствующим уровнем качества рекламная кампания продукции предприятия может привести к эффекту формирования негативного восприятия предприятия в определенных сегментах рынка. Механизмы формирования информационных ресурсов, являясь механизмами согласованного развития информационного пространства предприятия, позволяют избежать появления такого рода проблем.

Дальнейшие исследования будут связаны с разработкой конкретных механизмов формирования информационных ресурсов, методов выбора механизмов формирования ИР, а также схем согласованного применения механизмов в рамках единой стратегии развития предприятия.

1.Афонин И.В. Управление развитием предприятия. Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены. – М.: Дашков и К⁰, 2002. – 380 с.

2.Войчишин К.С., Микитин Г.В. Створення системи інформаційних ресурсів: стандартизація і сертифікація – основа інформаційної інфраструктури // Інформаційні технології і системи. – 2002. – №1-2. – С.69-83.

3.Вопросы формирования ИР руководителей высшего уровня // Информационные ресурсы России. – 2001. – №2. – С.11-13

4.Иванов Н.И. Проблемы формирования инвестиционной деятельности // Инвестиции: ресурсы, механизмы стимулирования. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1997. – С.4-22.

5.Лисянский К. Архитектурные решения и моделирование хранилищ и витрин данных // Директор ИС. – 2002. – №3. – С.12-16.

6.Маршалл Дж.Ф., Бансал Випул К. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 784 с.

7.Модели управления персоналом корпораций / В.С.Пономаренко, А.И.Пушкарь, Ле Ван Шон. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 232 с.

8.Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. – Харків: Основа, 1999. – 620 с.

9.Путятин Ю.А., Пушкарь А.И., Тридед А.Н. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятий. – Харьков: Основа. 1999. – 488 с.

10.Рублевская Ю.В., Попов Е.В. Моделирование бизнеса в Интернет-среде // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С.87-102.

Получено 09.09.2005

УДК 658.1/5

А.А.ПИЛИПЕНКО, канд. екон. наук

Харківський національний економічний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Пропонується теоретичне обґрунтування особливостей проведення й визначено етапи трансформаційних змін на підприємстві. Наводиться система характеристик і параметрів процесу управління змінами. Обґрунтовується положення щодо формування стратегії стійкого розвитку підприємства.